

Agile Japan 2020

“変わる勇気・変えない勇気”



IM Digital Lab

三越伊勢丹が考える 百貨店におけるデジタルサービスのつくり方 ～伝統を舞台にした新しい挑戦～

株式会社 IMDigitalLab

河村 明彦

鈴木 祥子

Boost the Classic

講演者

河村 明彦



- (株) アイムデジタルラボ
 - YourFIT 365 プロダクトオーナー
 - 三越伊勢丹リモートショッピング
プロダクトオーナー
- (株) 三越伊勢丹ホールディングス
 - 情報システム統括部
- (株) 三越伊勢丹
 - デジタル推進グループ

講演者

鈴木 祥子



- YourFIT 365
デジタルサービスデザイナー
ITディレクター
- 三越伊勢丹リモートショッピング
デジタルサービスデザイナー
ITディレクター

IMDLとは



IM Digital Lab

Boost the Classic

(株) アイムデジタルラボ

- 三越伊勢丹グループにおけるDX推進機能子会社

- <https://www.imd-lab.co.jp/>

- https://note.com/imd_lab

ミッション

仕組みを変えて
お買い物を楽しむ

アジェンダ

これまで何をしてきたか
どうやって作ってきたか
まとめ

これまで何をしてきたのか

これまで何をしてきたのか

2つのプロダクトをリリース

- YourFIT 365
 - 3D計測機による婦人靴/紳士靴のパーソナルフィッティングサービス
 - 婦人靴：2019/8/28、紳士靴：2020/3/25 サービス開始
- 三越伊勢丹リモートショッピング
 - テキスト/ビデオチャットによるリモート接客サービス
 - 店頭のあらゆる商品をオンライン決済
 - 2020/11/02 サービス開始

YourFIT 365

これまで何をしてきたのか

YourFIT 365

概要

- 婦人靴/紳士靴のパーソナルフィッティングサービス
- 3D計測機を利用し、足に合う靴をレコメンド
- シューカウンセラーが最高の1足をフィッティング

YourFIT 365



YourFIT 365

特徴

- アナログ×デジタル
 - デジタルはシューカウンセラーの仕事を支援するため
- ブランド横断
 - 婦人 31ブランド/約1000種類、紳士 26ブランド/約300種類(※)
- 足形と木型を比較
 - 1年で1万人以上が計測



※ 2020年10月現在、種類はカラー別

Copyright© IM Digital Lab, Inc. All rights reserved.

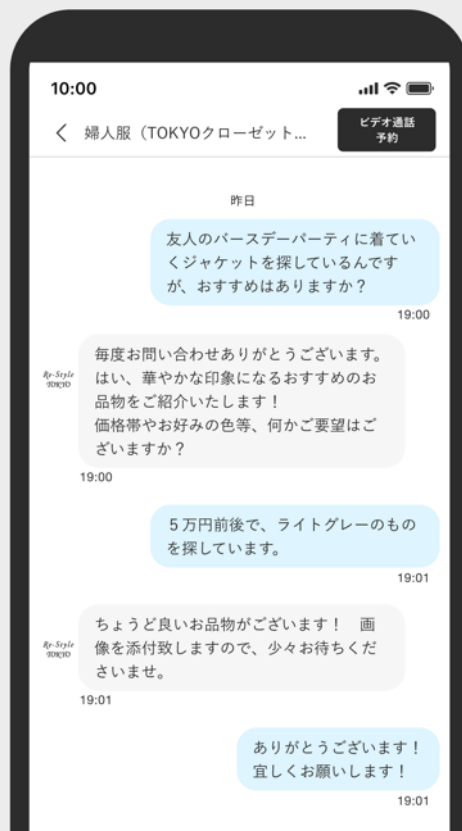
三越伊勢丹リモートショッピング

これまで何をしてきたのか

三越伊勢丹リモートショッピング

チャット接客

いつでもどこからでも
気軽に質問・相談できる！



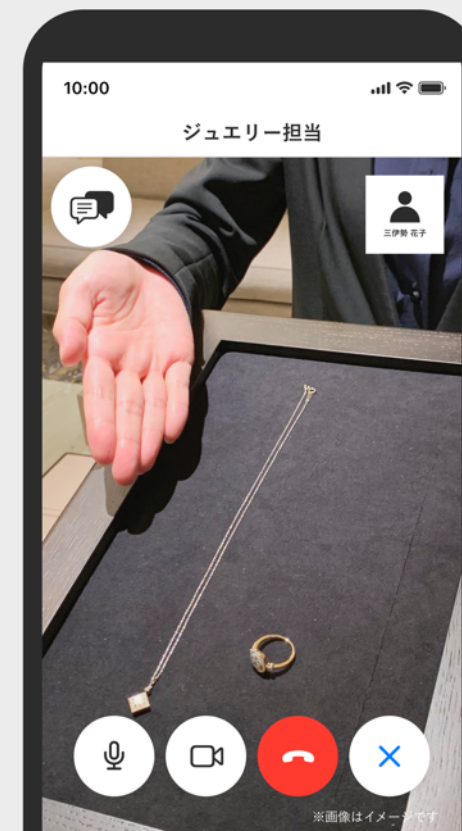
接客予約

自分のスケジュールにあわせて
接客予約できる！



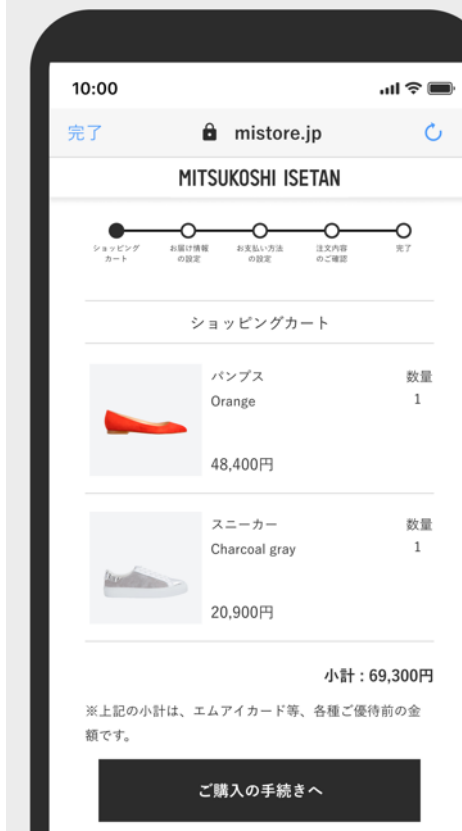
ビデオ接客

店頭にいるかのような接客を
オンライン上で！



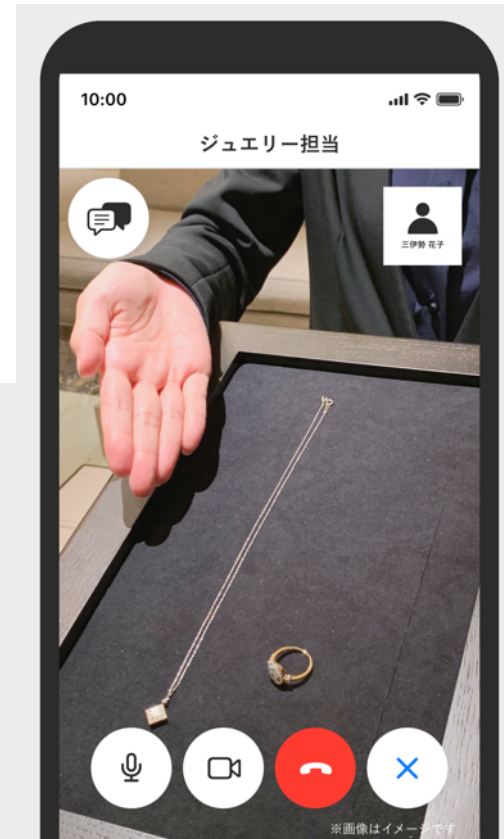
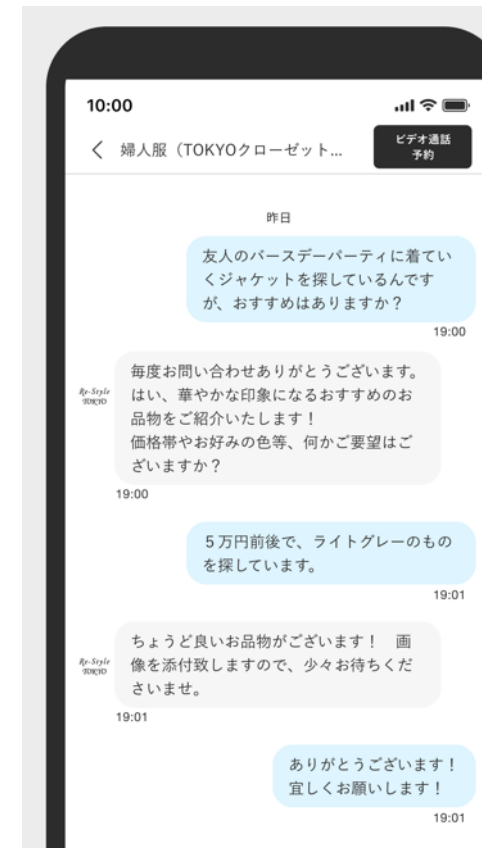
ショッピング

店頭にはかない商品も
オンラインで簡単に決済可！



リモートショッピング 特徴

- アナログ×デジタル
 - スタイリストが行う「接客」をデジタル化したもの
- 新たな購買体験
 - 自宅でワードローブを見ながら
 - 店頭で気になったものを自宅で
 - 忙しくてお店に行く暇がない
 - お店での滞在時間を短く



大事にしていること

大事していること

主役はスタイリスト

- 三越伊勢丹の強みは「人」
 - 専門家に相談をして、納得感を持って購入する
 - デジタルの役割は専門家の能力を支援すること
- 現場と一緒に作っていく
 - 作ったものを使ってもらい、そのフィードバックを取り込む



接客フローに組み込む

- システム的な制約を接客が補完してくれる



大事にしていること

ビジネス成果にこだわる

- デジタル技術は手段
 - デジタル技術を使って売上をあげることが重要
 - ただの見せ物ではなくお客様が「欲しい」と思える仕掛け
 - 購買決定率 +20%(YourFIT365)
- 売上につながる改善を優先
 - 購買につながる導線をスムーズに
 - 店頭で木型を選んでオンラインでオーダー



どうやって作ってきたか

どうやって作ってきたか

POを機能させる

- プロダクトの価値の最大化に責任を持つ
 - プロダクトオーナーをうまく機能させるには、組織全体でプロダクトオーナーの決定を尊重しなければならない

[スクラムガイド™](#)

- 日本の大企業でPOを機能させるためには？
 - POをチーム化する
 - 小さくシンプルにする
 - 段階的に成長させる

どうやって作ってきたか

POをチーム化する

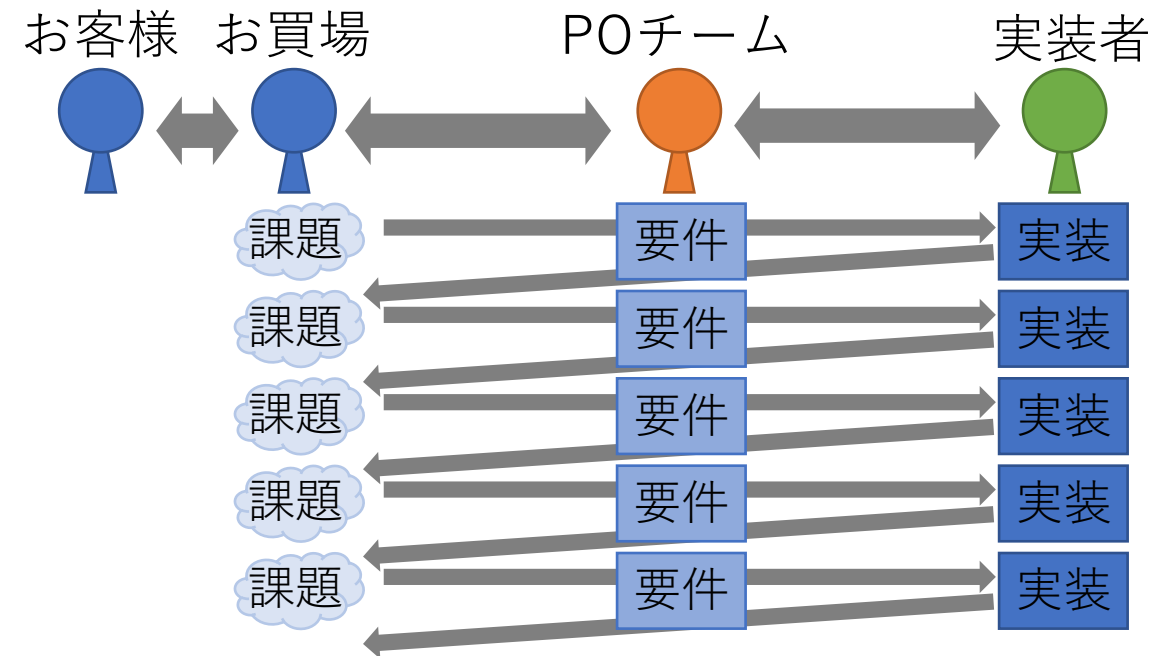
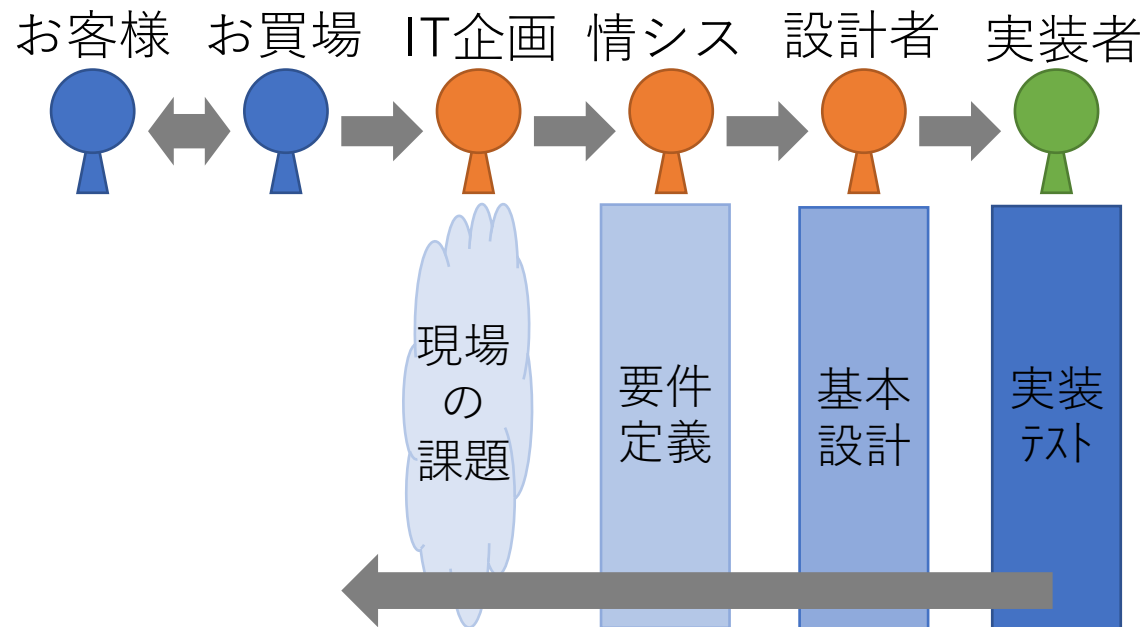
- POには縦と横の仕事がある
 - 縦：組織として決定し、組織として取り組む領域
 - POは、このためのハブになる
 - 社内の人じゃないとやりきれない
 - 横：専門家が支援できる領域
 - UX設計：サービスデザイナー
 - 開発調整：ITディレクター



どうやって作ってきたか

小さくシンプルにする

- 一度に処理する課題を小さくすることで関係者もシンプルになる
- 繰り返すことでフィードバックによる改善もしやすい



どうやって作ってきたか

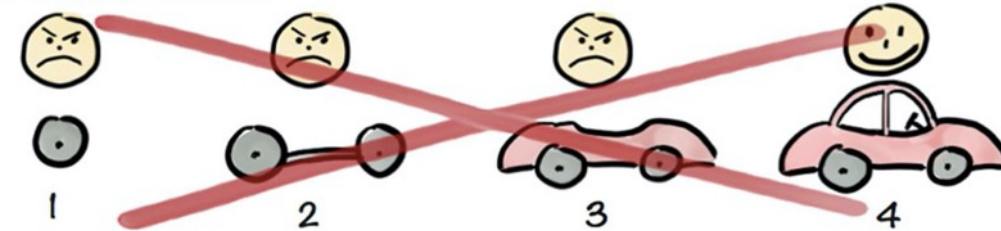
段階的に成長させる

- 要求ではなく目的を満たす
 - タイヤだけでは評価できない
 - 常にビジネス成果を出す
- 段階的に満足度を増やす
 - フィードバックを受けて改善できる
- デジタル×人
 - スタイリストが補助者になる

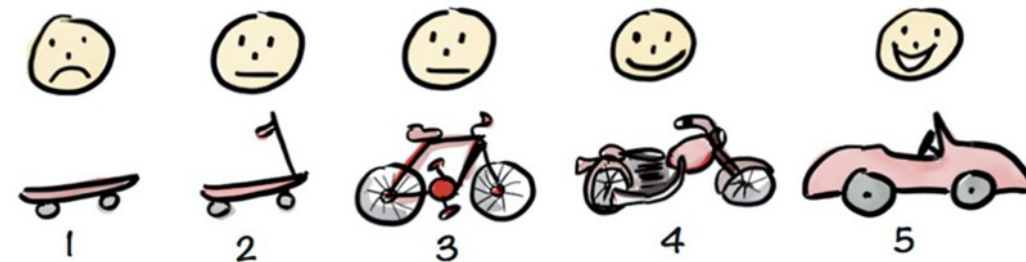
要求：車が欲しい

目的：AからBに素早く移動したい

Not like this....



Like this!



Henrik Kniberg

YourFIT365の場合

1つのお買い場に集中したコンパクトなチーム

- POをチーム化する
 - 関係者はお買い場/PO/サービスデザイナー/開発者のみ
 - POがすべての関係者と調整・意思決定する
- 小さく回しつづける
 - 毎週お買い場に通い、毎週リリースする
- サービスを成長させる
 - サービスイン：足にあった靴を紹介する
 - 2ヶ月後：自分の足型をスマホで見れる
 - 10ヶ月後：買った靴と同じ木型の靴をスマホで提案

三越伊勢丹リモートショッピングの場合

複数のお買い場にスケールさせる取り組み

- POをチーム化する
 - 複数の現場調整が並行するためDX推進部門と協業
- 小さく回しつづける
 - 関係者が増えたため、POだけで決められないことから役員が入る意思決定ミーティングを週一で開催
- サービスを成長させる
 - まずは一部のお買い場で利用可能な機能を用意
 - 今後、様々なタイプのお買い場に対応していく予定

まとめ

まとめ

大事にしていること

- 主役はスタイリスト
- 接客フローに組み込む
- ビジネス成果にこだわる

どうやって作ったか

- POをチーム化する
- 小さく回しつづける
- サービスを成長させる

Boost the Classic

まとめ

変わる勇気

- 仕事のやり方を変える
 - 小さく決めて、小さく評価する
 - サービスを成長させる
 - 要求ではなく目的に応える
- お客様に満足いただけるサービスを一緒に作る
 - NOT システム開発、NOT ツール導入

まとめ

変えない勇気

- あくまでも百貨店業であること
 - スタイリスト/接客を活かす
 - 売上を上げる
- 自分たちの本質をぶらさない勇気
 - 結果的に変わっていないだけ